

CAMBIO

Rivista sulle trasformazioni sociali

Sport, gender, corpo: la sociologia dello sport di Norbert Elias come superamento del pensiero combinatorio

Autore: Ivo Stefano Germano

CAMBIO - Rivista sulle trasformazioni sociali, Anno I, Numero 1/Giugno 2011

URL: <http://www.cambio.unifi.it/CMpro-v-p-56.html>

ISSN: 2239-1118

CAMBIO

via delle Pandette, 21 - 50127 Firenze

Tel.055 4374427 Fax: 055 4374931

cambio@dispo.unifi.it



[Sport, gender, corpo]

La sociologia dello sport di Norbert Elias come superamento del pensiero combinatorio

Fra Eden e Golem: il destino sociale del corpo contemporaneo

Questo mio intervento vuole concentrarsi sull'evidente paradosso che riguarda sempre più il nostro, dal punto di vista della cultura occidentale, modo d'osservazione sociologica del corpo, in relazione a due fenomenologie, in apparenza contraddittorie. La prima è identificata emblematicamente dalla progettazione sociale del corpo sportivo, in qualche maniera "extra-territoriale", proprio a partire dalla capacità di modificazione strutturale. Nulla è lasciato al Caso, specialmente il corpo. La seconda, invece, interessa una dinamica di "naturalizzazione" propria del sistema sociale, come "intervallo di conoscenza" di tipo circolare e magico sulla società d'individui, il cui corpo diventa un vettore privilegiato di socialità. Nulla è più autonomo del corpo. Al cospetto di un così preminente processo socio-culturale, la sociologia della cultura di Norbert Elias serve, in prima istanza, a districarsi fra una rappresentazione del corpo contemporaneo come un *quid* a portata di occhi e di mano e quella della preservazione di una sua natura, come ricerca di uno stile di vita. La sociologia dello sport, infatti, ha per molto tempo occupato, prima degli studi di Elias (Roversi 2010), una posizione marginale nell'ambito degli studi sociologici, sebbene la coscienza del corpo e della performance siano costitutive della stessa idea di società e dei modi in cui la società viene immaginata e costruita. Il quadro complessivo in cui inserire la mia riflessione è quello del mutamento socio-culturale del corpo sportivo individuabile in precise strutturazioni psico-sociali, quale relazione infinita fra persistenza e variabilità (Duret, Roussel 2006).

In breve: ad un massimo d'intervento tecnico sul corpo corrisponde un massimo di fuga dal medesimo. Il *synolon* mente-corpo pare non accontentarsi più di usi consolidati, quali ad esempio il relax e una condotta ginnica equilibrata. Le due direttrici, a maggior ragione, s'intrecciano. Per certi versi, si stabilisce un'alleanza fra Eden e Golem, cioè fra un naturalismo di ritorno e l'imperativo tecnico condensati a metafora strategica dello stato dell'arte sui corpi. È in atto uno spostamento del baricentro sociale verso le tecniche di costruzione del corpo (Mauss 1991) ed uno smottamento nelle pieghe di culture e subculture, per la verità più marginale delle epifanie del corpo. All'incrocio di tutto ciò, la de-naturalizzazione e la riscoperta del naturale del corpo, si colloca in misura significativa la tematica dello sport, dal punto di vista dell'esperienza personale, ma pure dell' *hype*, come attrattiva-seduzione per i media. A che cosa serve questa stramba attrattiva? L'ipotesi di fondo potrebbe essere che in un sociale sempre più astratto e dematerializzato il corpo comunicato e rappresentato pubblicamente rappresenta una sorta di mix bilanciatissimo fra cultura materiale e sistemi simbolici. Ancor più, lo sport rispetto al *gender* sembra avere un effetto dirompente sui corpi e sulle menti, prima di tutto perché telegenico, in seguito costituendo in tempi di globalizzazione una problematizzazione dell'interlocuzione con l'alterità verso: a) nuovi saperi del e sul corpo;

b) insiemi di norme e condotte di riflessività e distacco; c) realtà organizzative centrate su nuove competenze comunicative. I corpi hanno una valenza relazionale e cognitiva, in tanto in quanto l'individuo è il primo a rendersi conto di tale trasformazione culturale, prediligendo l'accesso al corpo secondo nuovi stili di vita e di consumo. Si tratta di una "neo-alfabetizzazione" maschile e femminile, nel senso di una produzione del *gender*, come mix di rappresentazioni, idee, pre-concetti, stereotipi, "immagini-chiave", a più livelli e discontinuo.

Il corpo come pre-testo?

Il corpo è un testo o un pre-testo? Il quesito avrebbe più a che fare con l'enigmistica che non con la sociologia dei processi culturali e comunicativi, non fosse che la tematica rispecchia un doppio canale di risposta: la dicotomia fra sesso e *gender* e, viceversa, la *combinazione* – per certi versi, l'ibridazione – di entrambi i termini. L'interesse sociologico per lo sport, in relazione a corpo e *gender* (Terenzi 2006) è, di per sé, multiproblematico, a partire da quali corpi maschili e femminili sono presenti e "presentificati" nella pratica sportiva; successivamente, di quali e quante differenze e/o omologie è possibile avanzare una interpretazione. Soprattutto perché il corpo dello e degli sportivi, in qualche maniera, si conficca nel genere, per poi correlarsi alle due "classiche" modalità di classificazione del sesso e della sessualità. Ciò che è sociologicamente problematico riguarda il punto di partenza della riflessione, dato che persiste una certa immagine non dominante della femminilità e maschilità: il fitness, come altre modalità ricreative e di svago nel tempo libero, presentano appunto stereotipi di genere.

Il corpo è anche un concetto polisemico dalla complessità evidentissima che non può essere fissato una volta per tutte nel mero esercizio tassonomico sulle differenze fra corpo e società, la società nel corpo, il corpo nella società. E' in particolare quest'ultimo versante che chiama in causa la sociologia dei processi culturali, per via dell'esperienza vissuta dal corpo in quella particolare dimensione della vita quotidiana, laddove, specialmente nello sport, si fa rito, mito, diventa creativo o, viceversa, effimero se non addirittura gregario. Di fatto patendo una certa indifferenza simbolica. Centrale è la gestione pubblica e privata del corpo – meglio, dei corpi – fra differenziazione e indifferenziazione simbolica. Se infatti l'individuo è un processo, lo sarà ancor di più il suo corpo, nel senso di una precisa espressione delle rappresentazioni collettive coordinate, che danno visibilità ai mutamenti che avvengono nelle diverse sfere dell'azione sociale.

Il superamento del pensiero combinatorio del corpo tra natura e cultura implica la lucida presa di coscienza che ogni corpo appartiene ad un'epoca, una fase, un periodo, ma va anche oltre, qualora s'intenda andare a caccia di nuove e vecchie mitologie, nonché di nuovi e vecchi modelli e categorie. Che occorre poi declinare come insieme di relazioni interdipendenti, verificabili con le categorie della sociologia storico-processuale, quindi come processo di civilizzazione variabile fra ordine sociale e anomia, regolamentazione ed eccesso di comportamenti e manifestazioni fisiche, psico-sociali e culturali, come principio di regolazione o liberazione del corpo (Patrizi, Quondam 1998). Provocatoriamente Kaufmann riflette:

persino nella situazione limite dei corsi di pratiche corporee dove ci si tocca e ci si accarezza reciprocamente, il controllo dei gesti comporta una ritualizzazione che disinnesci il loro potenziale di sensualità. Come se i limiti diventassero sempre più raffinati man mano che il corpo amplia i propri spazi di libertà (2007: 9).

Il controllo o meno del corpo non è più frutto di un continuo e totale addestramento, ma di un'esperienza appresa dai confini estremamente incerti, al contempo connotata da improvvise *chance* di sviluppo di *habitus* (Kaufmann 2003), cioè di punti di vista sulla presenza del corpo, che lo rendono per certi versi simile ad un biglietto da visita: alle cui spalle non può esservi solo la dicotomia, ma l'accettazione dell'ambivalenza e della discontinuità. La conseguenza principale è la trasformazione dall'oggettività alla

soggettività, dalla pura e semplice informazione di contesto alla conoscenza della diversità e della differenza, molto spesso ancillari ad un incedere puramente spettacolare nei media (Grossi, Ruspini 2007; Capecchi, Ruspini 2009). I media sono cioè i circuiti culturali e gli ambienti multidimensionali di corpi da saper-vivere o da vivere-sapendo di appartenere ad una comunità di apprendimento centrata non più sull'*otium*, ma su obblighi e parametri vincolanti. Il corpo è allora una declinazione del *negotium* postmoderno, come fattore di esplorazione e libera sperimentazione, scaturito da una svolta comunicativa di tipo multiparadigmatico, in relazione ad un soggetto ed alla sua capacità di produzione simbolica.

Che cosa insegna Elias: il corpo fra formale e informale

Norbert Elias riflette sul processo storico di trasformazione della rappresentazione del corpo, inquadrando nel più generale processo di civilizzazione dell'Europa del Quattrocento e del Cinquecento, da cui scaturisce un assetto di natura dinastica che garantisce il monopolio della violenza legittima e presiede alla conseguente pacificazione, almeno a livello formale. Dal nostro punto di vista, il risultato di tale mutamento è che l'individuo inizia a rapportarsi alla natura, in profonda solitudine: nelle società avanzate, tale rapporto solipsistico rafforza la tendenza a pensarsi in piena indipendenza e isolamento verso la realtà esterna. La riflessione teorica specifica sulla sociologia dello sport di Norbert Elias, in relazione al passaggio dal corpo sportivo moderno a quello postmoderno, quali punti d'intersezione di elementi a prima vista contraddittori, va considerata alla luce di un *surplus* di differenziazione sociale sotto forma di strutture simboliche dei corpi. Esibiti, visibili, formati, normati... Dal punto di vista culturale, sono un modo di presentare il proprio corpo in società; dal punto di vista soggettivo, indicano un processo di autocostruzione e autoriproduzione simbolica. Recenti sviluppi in sociologia della cultura orientano la riflessione sulla "cultura in azione", cioè su come la conoscenza faccia parte delle strategie complesse che ognuno adotta e usa nelle pratiche quotidiane. Lo si vede con ancora maggiore chiarezza nella rappresentazione che identifica il corpo nello sport come "repertorio culturale" continuamente in azione (Swidler 2009). Ma da quale versante analizzare tutto ciò? Secondo Elias occorre ragionare in termini di figurazioni:

Le figurazioni costituiscono il nucleo di ciò che si indaga quando si studiano gli sport. (...) Gli sport variano col variare delle regole che li contraddistinguono e del modello di competizione che esprimono, cioè, in altre parole, col variare delle figurazioni degli individui coinvolti quali vengono determinate dai rispettivi regolamenti e dalle organizzazioni che controllano il rispetto di tali regole (1989: 142-143).

Diventa significativo rimarcare il fatto che gli uomini sono fra loro interdipendenti e la loro esistenza si modula dentro le figurazioni sociali che, grazie ad un processo d'interazione, vanno creando. In una seconda fase, ogni configurazione è passibile di mutamento rapido o momentaneo, molto lento o profondamente significativo. Infine, sempre per Elias, ogni processo possiede una sua precisa dinamica irriducibile alla mera motivazione individuale. Il tentativo di superamento della dicotomia tra individuale e sociale, e in particolare tra natura e cultura, prospettato da Norbert Elias, si sviluppa – a partire da un punto d'osservazione nel "quotidiano" – come:

un cambiamento nel canone di civilizzazione, che è indissolubilmente vincolato ad altri cambiamenti strutturali in società, come la divisione crescente delle funzioni o i processi di formazione dello Stato (...) come un cambiamento nella struttura della personalità o nell'economia degli affetti (2010: 22-23).

Dal punto di vista figurazionale, il corpo sportivo moderno esprime quindi un valore di naturalità centrale nella modernizzazione. Elias ne *La società degli individui* è attento allo spostamento dall'identità-Noi all'identità-Io, nella misura in cui il corpo appartiene all'*homo clausus*, cioè all'Io che rinuncia al Noi. È più

difficile, invece, riproporre il tema dell'*excitement* postmoderno, a meno che non si voglia idealizzare un cammino di ricerca: dal momento che, se per certi versi nella società moderna il corpo risulta essere più "stabilizzato", in quella postmoderna aumentano notevolmente momenti di disintermediazione fra pubblico e privato.

Il corpo è un "corpo-evento" monade e comunitario che non si muove più dietro le quinte della vita sociale. La tradizione non fornisce più all'individuo standard di comportamento fisico e corporeo, che – se sono ancora oggi in uso – paiono retaggi della vecchia società. Vero è che mancano ancora nuovi rituali che riflettano un "dentro e fuori" dai ranghi di una nuova informalizzazione, tuttavia, difficilmente l'esperienza del corpo può essere condivisa, a meno che non si concordi nel riproporre il compito che, a parere di Elias, spetta alla sociologia della cultura nel:

far risaltare nettamente l'insufficienza di entrambe le rappresentazioni, quella di un individuo al di fuori della società e quella di una società al di fuori degli individui. Ma ciò sarà difficile finché si accetterà acriticamente come base dell'immagine del singolo il sentimento della chiusura dell'io nel proprio interno e, coerentemente, si intenderanno i concetti di "individuo" e "società" come riferiti a situazioni immutabili (1982: 46).

Nel corpo moderno maschile s'introduce un "elemento messianico" tale per cui l'uomo vero « (...) deve essere al servizio di un ideale superiore» (Mosse 1997: 59), come nel caso dell'estetica totalitaria nazional-socialista evocata dalle statue di Arno Breker, oppure da quelle del Foro Italico a Roma. Gli uomini, non va mai dimenticato, sono interdipendenti, per cui sbaglia chi tende a risolvere la questione o con nuove dicotomie o con una logica da *ars combinatoria* del segno fisico e corporeo:

Il corpo è dunque al tempo stesso avversario, partner e testimone delle nuove pratiche sportive: se da un lato esso costituisce il limite da superare, da modificare, da plasmare, dall'altro esso diviene anche il garante della propria performance, il compagno fedele e inseparabile di questo percorso di scoperta di sé e di ampliamento del proprio potenziale. Le pratiche sportive postmoderne ci rimandano quindi a una cultura del corpo che ha radici e ramificazioni più ampie del solo universo sportivo: una svolta postmoderna di cui possiamo tentare d'individuare alcuni elementi distintivi (Ferrero Camoletto 2005: 196).

Si tratta dunque – una volta che si decida di adottare un criterio "intra-sociale" – di una dicotomia della mentalità e dell'emozione sportiva verificata sulla differenza culturale del corpo o dei corpi, svolta nel reale prima che nel sociale, intesa fondamentalmente come ermeneutica dell'identità del corpo (Trifiletti 1999). Il *role-playing* attorno al corpo narra di una relazione ambivalente fra l'Io e la vera e propria configurazione della mutevolezza e persistenza dei confini socio-sportivi. Il corpo moderno è stato edificato su due miti: «uno che riguarda l'ascendenza sessuale della società, l'altro il suo procedere verso un'eguaglianza sempre maggiore» (Ilich 1984: 228), ragionamento che contrasta con la visione disgiuntiva, fra stereotipi e strutture simboliche (Grassi 2006). Come sostiene Bataille, la modernità è «inclusione dei corpi eterogenei» (Grassi 1998: 170) nella disciplina del corpo *sex-oriented*, rinviando alla legittimazione degli «universi simbolici» dello sport (Berger, Luckmann 1966) trascendendo, di fatto, la formalizzazione di regole e valori socio-sportivi in un processo di informalizzazione che, *strictu sensu*, pertiene al *gender*.

Verso un corpo sportivo gender-oriented?

Il piano sociologico su cui porre il ragionamento implica una distinzione terminologica ben delineata. Il sesso riguarda le differenze biologiche e anatomiche tra maschio e femmina, mentre il processo di differenziazione del genere è sostenuto e legittimato dall'intero insieme di valori propri di ogni società. Il termine

genere, dunque, viene usato per indicare come i caratteri dell'essere donna o uomo siano socialmente costruiti e condivisi, appresi e non innati; il sesso, invece, connota l'elemento che costituisce la base sulla quale si innesta il processo di acquisizione dell'identità di genere, cioè il riconoscimento delle implicazioni sociali che accompagnano l'appartenenza a uno dei due sessi biologici. Innanzitutto, vi è uno stretto rapporto di interdipendenza tra sesso e genere: l'uno non è semplicemente l'opposto dell'altro; biologia e ambiente sociale interagiscono in modo complesso. Con identità di genere intendiamo la percezione sessuata di sé e del proprio comportamento, acquisita attraverso l'esperienza personale e collettiva, che rende gli individui capaci di relazionarsi con gli altri (in quanto portatori di un'identità di genere riconoscibile, chiara e condivisa). In altre parole, è il riconoscimento delle implicazioni della propria appartenenza a un sesso in termini di sviluppo di atteggiamenti, comportamenti, desideri più o meno conformi alle aspettative culturali e sociali.

Nel postmoderno da Foucault in poi il corpo è oggetto visibile su cui operare il disincantamento o il re-incantamento; su un altro piano, esso si trasforma in perimetro valoriale che parte da una concettualizzazione più che da un vero e proprio progetto di vita, collocandosi fra natura e cultura. Il corpo sportivo, poi, segue le logiche culturali del tardo capitalismo, in termini di mancanza di profondità e intensità, «come un nuovo tipo di tonalità emotiva» (Jameson 2007: 24). Nello sport contemporaneo la rappresentazione dell'atleta esplicita il motivo per il quale è rappresentato (campione, star, icona del successo e/o del fallimento). Che sia per esplicito volere dell'interessato/a oppure no, poco o nulla interessa. Non va nascosto il rischio di una radicale semplificazione culturale, ma il nesso capace d'incarnare un determinato livello dell'immaginario, come re-incarnazione o costituzione *ex novo*, non cambia più di tanto il registro visivo e narrativo. *Au grand galop* un certo parossismo trans-categoriale fa convivere la citazione con l'ammiccamento, il *compo sui* con la spudoratezza: l'uso dei corpi in alcuni spot dei grandi logo sportivi espone i corpi, in nome di una voglia di epos e di storie da raccontare.

Il corpo postmoderno presenta una valenza ulteriore, cioè deve “sfondare” una patina d'indifferenziazione, al di là del giudizio sulla realtà dei corpi stessi. Il quadro generale è ricco di esemplificazioni di un discorso sociale che trasuda corpi, come un continuo blob, non in maniera argomentativa, ma percettiva, come se si trattasse del “sudore del mondo globale” che dal corpo sportivo socializza quello diffuso e vasto delle audience.

Il processo di socializzazione, come riproduzione di differenze e modelli di genere e di corpi pare non essere più « (...) un qualcosa di semplicemente “dato”, con l'aggiunta del genere come una mano di vernice. Al contrario, il corpo è forgiato e formato dalla cultura» (Alexander, Thompson 2010: 233). Lo sport, da un punto di vista antropologico, è stato definito da Murdock (1965) come “universale culturale”: in un senso più propriamente sociologico, rappresenta un perimetro privilegiato per delineare i criteri di separatezza e di fusione che, nella *longue durée*, hanno demarcato o valicato la frontiera della differenza, mediante la conferma o disconferma procedurale del rapporto fra sport maschile e femminile.

Vi è chi riflette sulla *governance* corporea dello sport, in quanto:

Anche lo sport, oggi, largamente femminilizzato, non presenta una distribuzione dei principi competitivi che lo governano uguale al maschile e al femminile. I giovani maschi esprimono sempre una preferenza per gli sport competitivi e le ragazze per le attività di allenamento e mantenimento della forma. Parallelamente, si incoraggiano di più le prestazioni degli uni e lo stile delle altre. (...) Ne consegue che le donne, anche se sempre più numerose a praticare delle attività sportive, non attribuiscono però lo stesso significato e la stessa importanza degli uomini allo spirito di competizione. Per le donne, la vittoria sugli altri ha meno importanza dell'attività fisica in sé e per sé; per gli

uomini la competizione è passione: lottare con gli altri, vincere, essere il migliore rappresenta un fine o un valore in sé (Lipovetsky 2000: 263).

Circa il rapporto fra *gender* e *society*, è importante partire dall'analisi dell'abbigliamento ginnico, per cui quello «delle donne viene ideato per mettere in luce ragazze esili, sottili, in età prepuberale, e non donne mature; al contrario, l'abbigliamento maschile viene confezionato per uomini maturi e muscolosi, e non per ragazzi preadolescenti, magri e filiformi» (Lorber 1995: 71). Il nesso sociologicamente sempre più rilevante riguarda il fatto che «le differenze di genere vengono oggi dunque considerate come alcune delle relazioni di potere che innervano il campo sportivo e ne fanno una sfera di conflitto sociale più o meno sotterraneo» (Sassatelli 2003: 204). Ancor più nello studio sociologico dello sport si fa strada una certa tendenza alla dicotomia, ad esempio, fra natura e cultura, genere e sesso, come connotazioni simboliche del lavoro continuo fra confine e sconfinamento di simboli e segni.

La composizione e la distribuzione di genere, certamente, corrisponde alla costruzione sociale e personale, anche se occorre prestare attenzione alle pratiche di maggiore riflessività (Connell 2006), che ci consentano di tenere in massima considerazione, da un lato, l'emancipazione dal corpo (Le Breton 2007), in termini di discontinuità dall'*everyman body*, tipico della modernità produttiva e acquisitiva; dall'altro, osservare come il corpo nello sport attivi una dimensione dialogica fra genere e sesso, non più come corpo individuato e/o individuabile. La fisicità diventa, per certi versi, "pulviscolare", esprimendosi in riti collettivi che vogliono riscattare una certa solitudine di fondo, circoscritta tuttavia al piano visivo e televisivo (Martelli 2010). I media, infatti, non si limitano a esporre il corpo sportivo, ma concorrono alla sua produzione, coinvolgendo/enfatizzando oppure distaccando/neutralizzando il corpo nello sport. I media sono "farciti" di corpi, ancor più, quei veri e propri "corpi contundenti postmoderni" che sono i "corpi mediali" (Boni 2002), costrutti sociali di rappresentazioni sociali dotati di una certa valenza sacrale, laddove il *gender* è un frame di differenziazione orizzontale, rispetto al sesso che rimane un frame verticale. Il corpo sportivo postmoderno, per certi versi, elabora una parabola *gender-oriented* (Butler 1996), un *patchwork* (Fabris 2008). La sperimentazione sul corpo, e il peso della variabile socio-culturale delle nuove generazioni socio-sportive enfatizzano le aree delle politiche della cultura sportiva in due direttrici specifiche: la fuoriuscita dal *branding*, come disegno egemonico della promozione del consumo, e l'integrazione a livello di cultura materiale della dimensione meramente "istrionica" dello sport.

Si può avanzare l'ipotesi che il corpo sia sussunto nel *brand*, come policentrico: né globale, né locale, ma *glocal*, laddove sport, *gender* e società giocano "di squadra" per enfatizzare il pensiero combinatorio scambiando la crisi del modello maschile e femminile con il modello della crisi identitaria, esistenziale, sociale. Lo *skàndalon* non riguarda più la sociologia del corpo sportivo, se non nel senso dell'utopia discontinua della denaturalizzazione e dei tentativi di riculturalizzazione del corpo, per certi versi simili, nella tradizione della cultura materiale e popolare, al passaggio moderno fra *everyman* e *superman* (Russo 2004). L'identità di genere, tuttavia, è una delle componenti fondamentali del processo di costruzione dell'identità (Trifiletti 1991), tale per cui, ad esempio, il corpo sportivo partecipa ad un possibile re-incidentamento del mondo: «I corpi degli atleti sono cioè diventati, come quelli delle star del cinema o quelli delle top model, seducenti oggetti erotici che vengono consumati più per la loro prestantza che per i risultati sportivi che sono in grado di ottenere» (Codeluppi 2007:38).

Le immagini del corpo sportivo sono il "ritratto sociale" dei sessi (Goffman 2009) in continuo mutamento non solo tecno-sportivo (Capucci 1994) fra il corpo come "tempio" da celebrare e onorare nei riti secolariz-

zati (Bolelli 1996) e il “corpo d’occasione” da improvvisare e decostruire, al pari di un assolo di jazz (Sparti 2007).

Il contesto muta drasticamente e la questione sociologica si pone nella “scelta di quale corpo scegliere” nello sport, come struttura di aspettative e/o di pressione sociale sul corpo (Campani 2009). Ancor più nella relazione fra cultura, società e corpo sportivo che diventa un volano fondamentale del *branding* delle identità:

Branding e privatizzazione lavorano in coppia. Mentre si allontana dalle categorie pubbliche radicate nella religione e nella nazionalità e si sposta verso le categorie commerciali associate ai marchi e ai prodotti di consumo, l’identità viene privatizzata (quantunque difficilmente individualizzata!)» (Barber 2010: 292). Il corpo di quel tale atleta veste Nike, Adidas, Puma, calza All-Star, Reebok. Il corpo sportivo *gender-oriented* è iscritto nel ben più ampio “capitalismo emotivo”, cioè in una «cultura in cui i discorsi e le pratiche emotive ed economiche si modellano reciprocamente, producendo così un vasto movimento in cui il sentire viene posto a componente essenziale dei comportamenti economici e in cui la vita emotiva - quella dei ceti medi in particolare - segue la logica dei rapporti economici e dello scambio (Illouz 2007: 32).

Le relazioni sociali fra corpi sportivi maschili e femminili appaiono come riscatto dal predominio delle “emozioni fredde” e delle “passioni tristi”, sebbene in entrambi i casi le relazioni stesse siano risucchiate nella “felicità paradossale” dell’iperconsumo (Lipovetsky 2007). Il corpo sportivo non è più solo una “riserva maschile” (Elias, Dunning 1989; Salisci 2008).

Il corpo “addobbato a festa”, in qualche maniera, riflette la cerimonia più avanzata della *star strategy*, in termini di fama, prestigio e controllo territoriale di una fetta precisa dell’immaginario collettivo (Casaccia 2008). A tal proposito, fornirò due esempi: il caso di ermafroditismo di Caster Semenya sudafricana di Polokwane, campionessa mondiale degli 800 metri piani, sottoposta a una serie di test per provare la sua sessualità, che hanno confermato che può correre con le donne; e il film *Fight Club*, diretto dal regista di videoclip David Fincher. Entrambi gli esempi forniscono un’utile testimonianza della frenesia collettiva su cui oggi è issato il corpo sportivo, che non corrisponde solo ed esclusivamente ad un dato biologico, ma fa parte di un flusso che interagisce sia coi mass media e i media digitali sia con forme pubbliche di recupero emozionale, laddove la vita sociale è vissuta come anonima e disincarnata (Tassi 2005).

Emblematiche in proposito le chiare e nette regole del *Fight Club*:

Signori, benvenuti al Fight Club. Prima regola del Fight Club: non parlate mai del Fight Club. Seconda regola del Fight Club: non dovete parlare mai del Fight Club. Terza regola del Fight Club: se qualcuno grida basta, si accascia o è spompato, fine del combattimento. Quarta regola: si combatte solo due per volta. Quinta regola: un combattimento alla volta, ragazzi. Sesta regola: niente camicia, niente scarpe. Settima regola: i combattimenti durano per tutto il tempo necessario. Ottava e ultima regola: se questa è la vostra prima sera al Fight Club... dovete combattere!

La cifra esatta del film è il grande coraggio di squadernare più di un luogo comune sulla remissività del maschio medio occidentale, reinserendo onore e amicizia, dolore e solidarietà, anarchia e stile non conforme di vita. Un preciso canone di vita e di morale, poiché – come recita la sceneggiatura – «non sei il tuo lavoro. Non sei il tuo conto in banca. Non sei il contenuto del tuo portafoglio. Non sei i tuoi eleganti pantaloni kaki... Solo dopo avere perso tutto, sei libero di fare qualsiasi cosa». L’elencazione dettata dal dialogo del film evoca una regola, benché minima, in un mondo la cui regola fondamentale è l’assenza di regole. Il corpo rappresenta l’*exit strategy* simbolico-interazionale e interpersonale, grazie a modalità vicarie, se non di vera e

propria suppienza nervosa, nei confronti di un'esperienza sociale "puntillistica" e momentanea (Bauman 2008). Un corpo efebico, liscio, muscolare, tatuato, modulato, mascolino, effeminato, corrisponde ad una modulazione culturale del "già dato" d'immediata evidenza, oppure, in un tema "preso dalla strada":

Questa forma di rappresentazione si estende alla narrativa alla narrativa e alla *performance*, attraversando i diversi generi in maniera diamediativa: lavora alla costruzione di eroi e antieroi, di amici e di stranieri, nei teatri come nelle telenovele, negli sport e sulle pagine dedicate al gossip. (...) Poiché i media sono parte e frammento della quotidianità e la quotidianità è parte del frammento dei media (Silverstone 2009: 30-31).

A conferma, per l'ennesima volta, che diventa sociologicamente prioritario evitare che «i pensieri navighino indifesi fra la Scilla di un qualsiasi positivismo e il Cariddi di un qualsiasi apriorismo» (Elias 1982: 43).

Se il contenuto della mia riflessione è scientificamente ravvisabile, diventa possibile comprendere come il pensiero combinatorio, anche e soprattutto, in tema di sport, *gender* e corpo non debba limitarsi a partecipare alla "festa dei corpi", possibilmente in prima fila, tantomeno negare il "segno dei corpi", come qualcosa di presente. Che è anche fuori: biglietto da visita dell'individuo, vettore dell'uniformità e della differenza e sempre più oggetto di selezione e diversificazione al confine dei corpi, socialmente costruiti e soggettivamente interpretati.

Riferimenti Bibliografici

- Alexander J.C., Thompson K. (2008), *Sociologia*, Bologna: Il Mulino, 2010.
- Barber B. R. (2007), *Consumati. Da cittadini a sudditi*, Torino: Einaudi, 2010.
- Bauman Z. (2008), *Vite di corsa. Come salvarsi dalla tirannia dell'effimero*, Bologna: Il Mulino.
- Berger P. L., Luckmann T. (1966), *La realtà come costruzione sociale*, Bologna: Il Mulino, 1969.
- Besozzi E. (2005), *Il genere come risorsa comunicativa. Maschile e femminile nei processi di crescita*, Milano: Franco Angeli.
- Bolelli D. (1996), *La tenera arte del guerriero. Arti marziali, combattimento e spiritualità dell'immaginario contemporaneo*, Roma: Castelvecchi.
- Boni F. (2002), *Il corpo mediale del leader. Rituali del potere e sacralità del corpo nell'epoca della comunicazione globale*, Roma: Meltemi.
- Bourdieu P. (1980), *Il senso pratico*, Roma: Armando, 2003.
- Butler J. (1993), *Corpi che contano. I limiti discorsivi del "Sesso"*, Milano: Feltrinelli, 1996.
- Campani G. (2009), *Veline, nyokke e cilici*, Bologna: Odoya.
- Capecchi S., Ruspini E. (2009), *Media, corpi, sessualità. Dai corpi esibiti al cybersex*, Milano: FrancoAngeli.

- Capucci P.L. (1994), *Il corpo tecnologico. L'influenza delle tecnologie sul corpo e le sue facoltà*, Bologna: Baskerville.
- Casiccia A. (2008), *Lusso e potere. I segni dell'ineguaglianza e dell'eccesso*, Milano: Bruno Mondadori.
- Codeluppi V. (2007), *Tutti divi. Vivere in vetrina*, Bari: Laterza.
- Connell R. W. (2006), *Questioni di genere*, Bologna: Il Mulino.
- D'Andrea F. (2005), *Il corpo a più dimensioni. Identità, consumo, comunicazione*, Milano: FrancoAngeli.
- Duret P., Rousell P. (2003), *Il corpo e le sue sociologie*, Roma: Armando, 2006.
- Elias N. (1969), *Il processo di civilizzazione. I. La civiltà delle buone maniere*, Bologna: Il Mulino, 1982.
- Elias N. (1987), *La società degli individui*, Bologna: Il Mulino, 1990.
- Elias N. (1967-1983), *L'illusione del quotidiano. Sociologia con le scarpe slacciate*, Milano: Medusa, 2010.
- Elias N., Dunning E. (1986), *Sport e aggressività. La ricerca dell'eccitamento nel loisir*, Bologna: Il Mulino, 1989.
- Fabris G. (2008), *Societing: il marketing nella società postmoderna*, Milano: EGEA.
- Ferrero Camoletto R. (2005), *Oltre il limite. Il corpo fra sport estremi e fitness*, Bologna: Il Mulino.
- Giddens A. (1992), *La trasformazione dell'intimità. Sessualità, amore ed erotismo nelle società moderne*, Bologna: Il Mulino.
- Goffman E. (1977), *Il rapporto tra i sessi*, Roma: Armando, 2009.
- Grassi C. (1998), *Il non-sapere. George Bataille sociologo della conoscenza*, Milano: Costa&Nolan.
- Grassi V. (2006), *Introduzione alla sociologia dell'immaginario. Per una comprensione della vita quotidiana*, Milano: Guerini.
- Grossi G., Ruspini E. (2007), *Ofelia e Parsifal. Modelli e differenze di genere nel mondo dei media*, Milano: Raffaello Cortina.
- Illich I. (1982), *Il genere e il sesso. Per una critica storica dell'uguaglianza*, Milano: Mondadori, 1984.
- Illouz E. (2004), *Intimità fredde. Le emozioni nella società dei consumi*, Milano: Feltrinelli, 2007.
- Kaufmann J. C. (2005), *Corpi di donna, sguardi di uomo. Sociologia del seno nudo*, Milano: Raffaello Cortina.
- Jameson F. (1991), *Postmodernismo, ovvero la logica culturale del tardo capitalismo*, Roma: Fazi editore, 2007.
- Le Breton D. (2005), *Antropologia del corpo e modernità*, Milano: Giuffrè, 2007.
- Lipovetsky G. (1997), *La terza donna. Il nuovo modello femminile*, Torino: Frassinelli.
- Lipovetsky G. (2006), *Una felicità paradossale. Sulla società dell'iperconsumo*, Milano: Raffaello Cortina.
- Lorber J. (1994), *L'invenzione dei sessi. Sex and Gender*, Milano: Il Saggiatore.
- Martelli S. (2010), *Lo sport "mediato". Le audience televisive di Olimpiadi, Paralimpiadi e Campionati europei di calcio (2000-2008)*, Milano: FrancoAngeli.
- Mauss M. (1936), *Le tecniche del corpo*, in *Teoria generale della magia e altri saggi*, Torino: Einaudi, 1991.
- Meyrowitz J. (1985), *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Bologna: Baskerville.
- Murdock, G.P. (1965), *Culture and society*, Pittsburgh: University of Pittsburgh.
- Mosse G. L. (1996), *L'immagine dell'uomo. Lo stereotipo maschile nell'epoca moderna*, Torino: Einaudi, 1997.
- Patrizi G., Quondam A. (1998, a cura di), *Educare il corpo educare la parola nella trattatistica del Rinascimento*, Bulzoni.
- Roversi A. (2010), *Tra vocazione e professione. Scritti 1985-2006*, Bologna: Pendragon.
- Russo P. (2004), *Sport e società*, Roma: Carocci.
- Salisci M. (2008), *Al di là del corpo, sport e costruzione dell'identità maschile* in Crespi I. (a cura di), *Identità e trasformazioni sociali nella dopomodernità: tra personale e sociale, maschile e femminile*, Macerata: EUM.

- Sassatelli R. (2003), *Genere e Sport. Lo sport al femminile*, Roma: Enciclopedia dello Sport Treccani.
- Silverstone R. (2007), *Mediapolis. La responsabilità dei media nella società globale*, Milano: Vita&Pensiero, 2009.
- Sparti D., *Il corpo sonoro. Oralità e scrittura nel jazz*, Bologna: Il Mulino.
- Swidler A. (2009), *La cultura in azione: simboli e strategie*, in M. Santoro, R. Sassatelli, *Studiare la cultura*, Bologna: Il Mulino.
- Tabboni S. (1993), *Norbert Elias*, Bologna: Il Mulino.
- Tassi M. (2005), *Guardare attraverso gli umori del corpo- macchina: le ambivalenze della ricerca sul doping degli atleti*, in «Religioni e società», n. 52.
- Terenzi P. (2006, a cura di), *Corpo e identità di gender*, numero monografico della rivista «Sociologia e politiche sociali», n. 3.
- Trifiletti R. (1991), *L'identità controversa. L'itinerario di Erving Goffman nella sociologia contemporanea*, Padova: CEDAM.